Filetstück

Die Zeitung der Daadener Traditionsmetzgerei Schmidt

Hähnchen mit Beschäftigung

Die Tiere im „Kikok“-Programm haben offenbar ein schöneres Leben als übliches Mastfedervieh. Neben anderer Fütterung genießen sie mehr Platz und Beschäftigungsmöglichkeiten. Das wirkt sich auf das Fleisch positiv aus, das es auch in der Metzgerei Schmidt gibt.

SEITE 2

NEUE SALZREIFEKAMMER FÜR DRY AGED BEEF

ACHT WOCHEN LANG SORGEN IDEALE BEDINGUNGEN FÜR ZARTESTES FLEISCH

Gewicht verloren, Geschmack gewonnen.

SEITEN 4 & 5

SARAH MEYER MAG VIELFALT

Eigentlich wollte die Daadenerin Erzieherin werden.

SEITE 3

QUALITÄT ÜBERZEUGT BIOLADEN

Westerburger Kaufleute beziehen Ware von Schmidt.

SEITE 7

Die Zeitung der Daadener Traditionsmetzgerei Schmidt

Filetstück

„Vor zwanzig Jahren wurden wir belächelt“

In der Metzgerei Schmidt gibt es jetzt Biowürste und spezielles Geflügelfleisch

Von Tieren, die ein stressfreies Leben mit gutem Futter und viel Bewegung hatten, kommt zumeist das beste Fleisch. Für Metzgermeister Dirk Schmidt als auch für seine Kunden besitzt das Tierwohl einen hohen Stellenwert: Immer mehr Menschen interessieren sich für Produkte von ökologisch und artgerecht aufgezogenem Vieh. Darauf reagiert Schmidt mit zwei Neuerungen im Sortiment: Zum einen befinden sich jetzt verschiedene Biowürste im Angebot – zum anderen sind besondere Maishähnchen zu kaufen.

Von Michaela Sommer

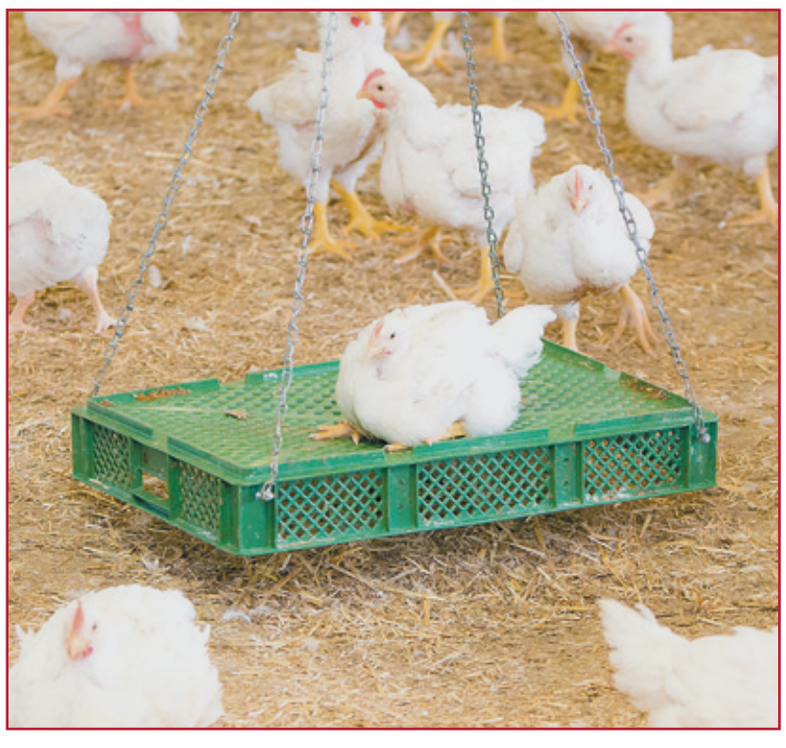
Der Fantasiename ‚Kikok‘ setzt sich zusammen aus dem ‚Kikeriki‘ eines vitalen Hahnes und der französischen Bezeichnung für das männliche Huhn, coq“, erklärt Christina Jakobi, Marketingleiterin des Geflügelbetriebs Borgmeier im westfälischen Delbrück. Dessen Geschäftsführer, Heiner und Werner Borgmeier, kamen 1994 auf die Idee, zum auf schnelles Wachstum getrimmten Industriehähnchen eine Alternative zu schaffen. Die Vision der Brüder war ein traditionell mit Getreide gefüttertes Hähnchen, das mehr Zeit zum Wachsen hat und dadurch den typischen Geschmack entwickeln kann. Gemeinsam mit einer Brüterei, verschiedenen Aufzuchtbetrieben, der ehemaligen Agrarmarketing-Organisation CMA, dem Land NRW und der Landwirtschaftskammer entwickelten die Brüder mit „Kikok“ ein Markenhähnchen, das diese Kriterien erfüllt – und nunmehr in der Metzgerei Schmidt zu kaufen ist.

„Neben der Fleischqualität wurde bei der Konzeptentwicklung von ‚Kikok‘ das Tierwohl besonders berücksichtigt“, so Christina Jakobi. Letzteres werde vor allem durch eine spezielle Fütterung, aber auch mehr Platz und Bewegung gewährleistet. Bei der „Kikok“-Zucht werden weniger Tiere je Quadratmeter Stallfläche gehalten: In der konventionellen Aufzucht sind es maximal 39 Kilogramm pro Quadratmeter, bei „Kikok“-Hähnchen ist die sogenannte Besatzdichte hingegen auf 32 Kilogramm im Jahresdurchschnitt begrenzt (Anm. d. Red.: Die Angaben beziehen sich auf das Gewicht bei der Ausstallung). Im Zusammenspiel mit einer leichten Fütterung rege die größere Bewegungsfreiheit die Tiere zum Laufen und Scharren an.

Leichte Fütterung ist in der Tat eine wichtige Komponente: Damit das Vieh nicht so schnell wächst und Gewicht zulegt wie in herkömmlicher Mast, enthält das Futter der „Kikok“-Hähnchen weniger Fett und Proteine als üblich. Die Reduktion des Energiegehaltes wirke wie eine Diät, sagt Jakobi; der Kreislauf werde entlastet, das Fleisch dadurch fester und aromatischer. Da das „Kikok“-Futter zu 50 Prozent aus Mais besteht, dürfen die Tiere als Maishähnchen bezeichnet werden. Der Mais und das die anderen 50 Prozent ausmachende Sojaschrot stammen aus nicht genmanipuliertem Anbau. „Eine Auslobung als nicht genmanipuliert kann aber aus Verschleppungsgründen beim Transport oder im Silo nicht erfolgen“, erläutert Jakobi.

Auch seien „Kikok“-Hähnchen keine Bio-Hähnchen, denn zu den offiziellen Bio-Kriterien gehöre beispielsweise ökologisch angebautes Futter. Manchem Tierschützer mag außerdem die Tatsache sauer aufstoßen, dass das Federvieh keinen Auslauf im Freien bekommt. Die Marketingleiterin erklärt: „Zum Schutz der Tiere vor Parasiten und Krankheiten wird bewusst auf Auslauf verzichtet. Für mehr Wohlbefinden stehen den Hähnchen Beschäftigungsmöglichkeiten wie Strohballen, Picksteine, Einstreuautomaten oder Schaukeln zur Verfügung.“

Ein großes Plus für die Qualität des Geflügelfleisches stellt der Verzicht auf Antibiotika dar. Die schonende Fütterung und Aufzucht machen die Tiere weniger krankheitsanfällig als konventionelle Masthähnchen. Wird eine Behandlung dennoch notwendig, scheiden die Tiere aus dem „Kikok“-Programm aus.



Damit es den „Kikok“-Hähnchen im Stall nicht langweilig wird, sind dort Beschäftigungsmöglichkeiten wie Schaukeln und Picksteine installiert.

Ein Thema, das für Metzger Dirk Schmidt ebenfalls eine große Rolle spielt, ist die Herkunft des Fleisches, das über die Daadener Theke wandert (siehe auch Seite 8). Eine entsprechende Garantie liefert das für die „Kikok“-Vermarktung zuständige Unternehmen Borgmeier. Die gezielte Auswahl regionaler Aufzüchter gewährleiste eine verlässliche Herkunft und kurze Transportwege, betont Christina Jakobi. Und: „Das klare Regelwerk hinsichtlich Aufzucht und Fütterung wird durch regelmäßige neutrale Kontrollen eines externen Institutes sichergestellt.“

Dass zuletzt immer mehr Verbraucher auf mehr Tierwohl achten, das sei auch beim Absatz der besonderen Hähnchen spürbar, meint Marketingchefin Jakobi: „Vor 20 Jahren wurden wir noch belächelt. Aber Heiner und Werner Borgmeier sind am Ball geblieben, und das hat sich gelohnt: In den letzten Jahren sind unsere Produkte tatsächlich immer beliebter geworden.“ Und das, obwohl die Maishähnchen mit der charakteristisch gelben Haut nicht zum Billigpreis der Discountmärkte verkauft werden – auch nicht bei Metzger Schmidt. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Die Aufzucht der „Kikok“-Hähnchen ist teurer als die gewöhnlicher Tiere, weil erstere durch die verlängerte Lebensdauer mehr Futter, Energie und Stallfläche brauchen. Für den höheren Preis gibt es allerdings, neben der entsprechenden Qualität und dem intensiven Geschmack, noch ein kleines Extra hinzu: Um die Zubereitung zu erleichtern, verfügt jedes „Kikok“-Hähnchen über ein schon positioniertes Thermometer.

Mittlerweile wird „Kikok“-Geflügel in 20 Partner-Zuchtbetrieben der 300 Mitarbeiter starken Firma aus Delbrück aufgezogen, über 500 Vertriebskunden wie Dirk Schmidt bringen die besonderen Maishähnchen an den Endverbraucher. Bei den „Kikok“-Hähnen handelt es sich übrigens nicht um eine eigene Rasse: Vielmehr werde die verwendete Zuchtlinie „Ross“ auch in der normalen Mast eingesetzt, eigne sich aber insbesondere für das „Kikok“-Programm.

Neben den ganzen Hähnchen werden in der Daadener Traditionsmetzgerei Brustfilets und Schenkel der speziell aufgezogenen Tiere angeboten. Darüber hinaus gibt es dort selbstverständlich weiterhin „normale“ Hähnchen als Alternative zur höherpreisigen Variante. „Da fahren wir, wie bei den Bio-Produkten, gewissermaßen zweigleisig: Wir möchten unseren Kunden auch in Zukunft die Wahl lassen“, erklärt Dirk Schmidt.

Ebenso verhält es sich mit den in Daaden erhältlichen Wurstwaren. Weiterhin gibt es die konventionellen, wenngleich hochwertigen und handwerklich hergestellten, Würste zu kaufen. Jedoch wurde das Sortiment um eine Reihe schmackhafter Biowürste erweitert. Zu den zehn Sorten zählen etwa Weißwurst, Nürnberger Würstchen, Fleischwurst sowie Blut- und Leberwurst im Glas. Gemein haben all diese Produkte neben dem Biofleisch, dass sie ohne Pökelsalz und unter Verwendung von Naturgewürzen hergestellt wurden. Das gilt auch für die zum Biosegment gehörenden Wiener Würstchen, die „Pfefferbeißer“, die Schinkenwurst und die gekochte Mettwurst im Glas. Sämtliche Biowürste enthalten zudem Citrat anstelle von potentiell gesundheitsschädlichem Phosphat als Stabilisator.

So erhält neben dem Geflügel- also auch das Wurstangebot in Daaden vor allem für ernährungsbewusste Kunden interessanten Zuwachs.

EDITORIAL

Bereicherung und Burger mit Pfiff

Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

mich fragte dieser Tage doch ernsthaft ein Bekannter, ob ich einen Flüchtling einstellen würde. Mich hat die Frage verdutzt: „Selbstverständlich“, war meine Antwort, „wenn er sich, wie alle unsere Kolleginnen und Kollegen es jeden Tag tun, um kompromisslose Qualität bemüht, ist er herzlich willkommen!“ Im Gegenteil habe ich schon aktiv geschaut, ob jemand, der vielleicht in seiner Heimat in unserer Branche tätig war, zu uns stoßen mag. Überlegen Sie mal: Da könnte manche Bereicherung in Form eines ungewöhnlichen Rezepts, das wir Wäller für unsere Wurst- oder Fleischwaren noch nicht kennen, bei rumkommen!

Auf der Ausbildungsmesse, die Ende vergangenen Monats in Altenkirchen stattgefunden hat und auf der die Metzgerei Schmidt vertreten war, habe ich direkt sondiert, ob jemand Passendes bei den Neuankömmlingen, die man auf der Messe zu vermitteln versuchte, dabei war. Menschen zu qualifizieren, um in unserem wunderbaren Team einen wichtigen Teil beizutragen, halten wir in der Metzgerei Schmidt schon seit Generationen für unverzichtbar. Mehr zu unserem aktuellen Nachwuchs lesen Sie heute übrigens auf Seite 6!

Vielleicht ist ja unter den bis zu 5.000 Menschen, die vorübergehend auf dem Stegskopf untergebracht werden sollen, jemand, der Freude daran hätte, uns zu verstärken. Bis es soweit ist, werden wir im „Dorfbrunnen“ in Daaden etwas Neues starten: Ende des Monats geht es los, ab dann werden wir dort jede Woche einen „Burger-Abend“ veranstalten. Selbstverständlich wird es einen „klassischen Hamburger“ geben. Doch wir wollen uns dabei von amerikanischen Burger-Brat-Ketten unterscheiden und bewusst etwas gehobenere Varianten zubereiten. Nicht „abgehoben“, doch mit mehr Pfiff. Das wird schon bei den Burgern selber losgehen, die aus reinem, besten Rindfleisch bestehen werden. Und trotz der Tatsache, dass wir als Metzger Fleisch verarbeiten, wird es immer eine vegetarische Variante geben. Ich freue mich, wenn wir uns zum Burger verkosten im „Dorfbrunnen“ sehen!

Herzlich

Ihr Dirk Schmidt

IMPRESSUM

Filetstück

Erscheinungsweise: Viermal jährlich

Verbreitete Auflage: Mindestens 30.000 Exemplare

Redaktion: FILETSTÜCK
Soesttor 12, 59555 Lippstadt
0 29 41/95 89-1 29
redaktion@filetstück.info

Chefredakteur: Uwe Schmalenbach

Verlag: UPRESS
Soesttor 12, 59555 Lippstadt
0 29 41/95 89-1 11
hallo@upress.info
www.upress.info

Druck: Druckzentrum Aschendorff, Münster

Alle Zutatenlisten/Rezepturen oder Nährwertangaben, die in dieser Zeitung genannt werden, können jederzeit ohne vorherige Ankündigung geändert werden und unterliegen zudem natürlichen Schwankungen! Bei Fragen rufen Sie uns an!

Filetstück

Die Zeitung der Daadener Traditionsmetzgerei Schmidt

Geduld hinter der Theke wird belohnt

Verkäuferin Sarah Meyer freut sich über Kunden mit Extrawünschen

„Eigentlich wollte ich ja Erzieherin werden“, sagt Sarah Meyer. „Aber nochmal fünf Jahre die Schulbank zu drücken, das konnte ich mir nicht vorstellen.“ So verschlug es die damals erst 15-Jährige im Jahr 2011 in die Metzgerei Schmidt in ihrem Heimatort Daaden. Dort beginnt sie eine Ausbildung zur Fleischereifachverkäuferin und merkt schon bald: „Das ist genau das Richtige für mich!“ Von Michaela Sommer

Ich gebe zu, den Geruch hinten aus dem Schlachthaus konnte ich erst überhaupt nicht ab. Aber wenn man tagtäglich in dem Umfeld zu tun hat, gewöhnt man sich sehr schnell daran“, betont Sarah Meyer. Auch an das Hantieren mit rohem Fleisch: „Darauf haben mich anfangs viele Freunde und Verwandte angesprochen, nach dem Motto: ‚Wie kannst du das nur, den ganzen Tag im Fleisch mengen?‘“ Aber erstens sei die Arbeit mit Fleisch und Wurst gar kein Problem für die junge Daadenerin. Und zweitens stehe sie eben nicht „den ganzen Tag“ hinter der Theke: „Der Job ist unglaublich vielseitig, das gefällt mir auch so daran. Der Partyservice, das Catering, die ganzen Extras, die wir machen – das bereichert die tägliche Arbeit schon!“

Vor ihrer Ausbildung absolvierte Sarah Meyer zwei Praktika in der Metzgerei, um erste Eindrücke von der Tätigkeit als Fleischereifachverkäuferin zu gewinnen. Bei den späteren Kollegen fühlte sie sich sofort willkommen. „Ich wurde direkt sehr herzlich aufgenommen. Bis heute ist das ein gutes Miteinander: Wir arbeiten nicht allein, sondern im Team. Und wir verstehen uns alle gut, obwohl wir so viele Weiber auf einem Haufen sind!“, lacht die Verkäuferin.

Besonders positiv hat sie in Erinnerung, wie schnell bei der Traditionsmetzgerei ein Ausbildungsverhältnis zustande kam: „Woanders muss man zig Bewerbungen schreiben, wird vielleicht zu Vorstellungsgesprächen eingeladen und bekommt dann irgendwann eine Rückmeldung – hier ging das total unkompliziert!“

Wenngleich sie nun schon seit über einem Jahr als ausgelernte Fleischereifachverkäuferin im Metzgereigeschäft an der Hachenburger Straße arbeitet, denkt Sarah Meyer nach wie vor gern an ihre Lehrzeit zurück: „Toll fand ich, dass ich im letzten Ausbildungsjahr eine Woche lang hinten im Schlachthaus den Metzgern bei der Arbeit zuschauen konnte.“ Das Töten der Tiere an sich sei zwar nichts für sie („Wenn montags die Schweine geschlachtet werden, das ist schon hart“), aber die Verkäuferin fand es interessant und wichtig, auch einmal diesen Arbeitsbereich aus nächster Nähe kennen zu lernen – nicht zuletzt, um wissbegierige Kunden umfassend informieren zu können, denn „die fragen schon nach den Tieren.“

In ihrer beschaulichen Heimat Daaden fühlt sich die junge Frau rundum wohl. Einmal in die Großstadt zu ziehen, kann sie sich nicht vorstellen.

Sarah Meyer ebenfalls bereits einen Eindruck vom noch lebenden Vieh; Betriebsbesichtigungen brachten ihr und ihren Kolleginnen näher, wie die Schweine und Rinder auf den Höfen in der Region aufwachsen, bevor sie zum Schlachter kommen. Die artgerechte Haltung der Limousin-Rinder mit viel Auslauf und selbsterzeugtem Futter auf dem „Biohof Hachenburg“ überzeugte die Daadenerin von ökologischer Landwirtschaft: „Klar, die Tiere haben ein viel besseres Leben, wenn sie das ganze Jahr auf der Wiese herumlaufen können, als wenn sie ständig nur im Stall stehen. Ich finde es toll, dass bei uns auch Biofleisch verkauft wird und viele Kunden darauf zurückgreifen. Man merkt, dass die Leute wissen wollen, wo das Fleisch herkommt, und durch die Besuche bei den Betrieben kann ich ihnen gut Auskunft geben. Aber es gibt auch Leute, die sagen, Bio sei Quatsch – zum Beispiel mein Vater“, grinst Sarah Meyer, die als Einzelkind bei ihren Eltern wohnt. Als sie auf den besichtigten Höfen die jungen Tiere herumtollen sah, sei sie kurz sentimental geworden, gibt Sarah zu: „Da dachte ich, ach nee, bald liegen die bei mir in der Theke!“ Generell könne sie diesen Gedanken bei der Arbeit aber gut ausblenden.

Mehr als mit der Herkunft des Fleisches, mit dem sie hantiert, beschäftigt sich Sarah Meyer ohnehin mit den Menschen, die zu ihr in den Laden kommen. Das Gespräch mit ihren Kunden macht der Verkäuferin stets große Freude: „Natürlich haben wir auch einige Kunden, die viele spezielle Wünsche haben. Neulich zum Beispiel hat eine Kundin eine Fleischplatte bestellt, und als diese dann fertig war, hatte sie noch mal zehn Extrawünsche. Aber im Anschluss hat sie sich auch ganz lieb bei mir für meine Geduld bedankt – solche Rückmeldungen machen dann all die Mühen wieder wett, da freue ich mich sehr drüber!“

Ihre Freizeit verbringt Sarah Meyer gern mit Freunden, etwa in der Kneipe „Vollmond“.

Daneben beobachtet die Verkäuferin, dass viele Kunden einen langen Anfahrtsweg in Kauf nehmen, um beim Metzger ihres Vertrauens einzukaufen. Ein älteres Ehepaar reise gar öfter aus dem 150 Kilometer entfernten Düsseldorf an! Sarah Meyer glaubt, dass unter anderem die als Präsent immer beliebteren „Feinschmeckerschachteln“ der Metzgerei neue Kunden auf das Geschäft und die hochwertigen Produkte, die dort in großer Vielfalt zu erstehen sind, aufmerksam machten.

Sichtlich erfreut zeigt sich Sarah Meyer von eben dieser Vielfalt: „Eine Auswahl, wie wir sie haben, ist sicher nicht überall so groß!“ Erst neulich war Meyer in einer Metzgerei in einem Nachbarort, wo es ihr schon vom Ambiente her nicht gefallen habe. „Die kleine Theke, die altbackene Einrichtung... das ist bei uns einfach ganz anders“, betont die junge Frau. Man vergleiche seinen eigenen Arbeitgeber eben schon mit anderen, da habe es sie doch sehr gut getroffen. Neuerungen gegenüber ist die Verkäuferin ebenso sehr aufgeschlossen, zeigt beispielsweise großes Interesse an der Salzkammer, die für die Kundschaft gut sichtbar seit kurzem hinter der Theke steht (siehe Seiten 4 und 5). „Da haben schon viele Kunden nach gefragt.“

Was immer wieder durchscheint: Das Miteinander mit den Kolleginnen möchte Sarah Meyer nicht missen. Mittlerweile zähle sogar ihre beste Freundin zum Kollegenkreis. „Das ist ein Klima, in dem man gut leben und arbeiten kann“, resümiert die Daadenerin, die in ihrer Freizeit gern mit Freunden ausgeht. Ob zum Dartspielen in der Kneipe „Vollmond“, die von der Metzgerei Schmidt nur einige Schritte entfernt liegt, früher im lokalen Pub, der inzwischen zu Sarahs großem Bedauern geschlossen hat („Dort hat man immer viele Leute aus den Nachbardörfern getroffen“) oder in Gießen, wo die Auswahl an Ausgehmöglichkeiten zweifellos größer ist als daheim: Die junge Frau ist, wenn sie die rote Schmidt-Schürze abgelegt hat, offenbar recht umtriebig. „Aber nur am Wochenende! Ansonsten bin ich eher der häusliche Typ“, fügt sie gleich hinzu.

> *„Die Auswahl ist sicher nicht überall so groß.“*

Sarah Meyer, die in der Regel mit drei Kolleginnen in einer Schicht tätig ist, kann sich über ihre Arbeitszeiten nicht beklagen: „Wir wechseln immer zwischen Früh- und Spätschicht. Und ich kann beiden Schichten etwas Gutes abgewinnen. Wenn ich Frühschicht und damit schon gegen 15 Uhr Feierabend habe, habe ich noch richtig viel vom Tag. Und bei der Spätschicht, die erst um halb zehn oder zehn beginnt, kann ich länger schlafen, was mir auch gefällt.“

Saisonbedingt fielen durchaus mal Überstunden an. „Viele denken, wir im Verkauf hätten ein laues Leben. Die sehen die Arbeit dahinter gar nicht. Zum Beispiel das Einräumen der Theke am Montagmorgen, gerade zur Grillsaison, das hält richtig auf Trab“, erklärt Sarah Meyer. Um Weihnachten herum herrsche das größte „Gewusel“, dann seien Elf-, Zwölf-Stunden-Tage keine Seltenheit. „Da füllen wir gerne mal drei bis vier DIN-A4-Hefte mit Vorbestellungen – pro Tag!“

Doch selbst wenn gelegentlich Stress ausbricht: Ihren Beruf möchte sie gern noch lange ausüben, ist sich Sarah Meyer nach ihrer Ausbildung und einem Jahr als Fachkraft sicher: „Ich mache meine Arbeit einfach gerne!“ Und da sie von den Produkten, die sie für ihre Kunden abwiegt und einpackt, überzeugt ist, kauft sie selbst bei Dirk Schmidt ein. Bei ihren Eltern kommen gleichfalls die in Daaden produzierten Fleisch- und Wurstwaren auf den Tisch: „Da wissen wir ganz genau, wo es herkommt!“

Sarah Meyer schätzt es, dass ihre Aufgaben als Fleischereifachverkäuferin bei der Metzgerei Schmidt so vielseitig sind. Fotos: Sommer

Mächtige Rinderstücke hinter Abertausenden roten, blauen und violetten Schattierungen

In der neuen Reifekammer der Metzgerei Schmidt braucht es fünf Wochen Zeit und 350 Millionen Jahre altes Salz für erstklassiges „Dry Aged Beef“

Die mannshohe, blank blitzende Glaswand hinter den Verkäuferinnen der Metzgerei Schmidt hat schon viele neugierige Blicke auf sich gezogen. In buntem LED-Licht mit Abertausenden Schattierungen von Rot, Blau, Violett hängen dahinter mächtige Rinderstücke unter der Decke der neuen Salz-Reifekammer des Daadener Fachgeschäftes. Darin reift das „Dry Aged Beef“, das Metzgermeister Dirk Schmidt seit neuestem anbieten kann. VON UWE SCHMALENBACH

So große Fleischstücke sieht man im Verkaufsraum einer Metzgerei sonst eher nicht“, schmunzelt Dirk Schmidt, während er ein Rinderrücken vor die Salzwand der Reifekammer wuchtet. Roastbeef und Filet von Rindern und Bullen aus eigener Schlachtung verwende er, fährt der Fachmann fort, um seinen Kunden besonderes „Dry Aged Beef“ zu offerieren.

Der Begriff ist über die vergangenen fünf bis zehn Jahre wieder häufiger zu hören und zu lesen, ja „im Trend“. Dabei ist die spezielle Art der Fleischreifung, die sich hinter dem englischen Modewort verbirgt, eigentlich ein „alter Hut“ – beziehungsweise hatte sich lange Zeit bewährt: Es war für viele Metzger auch in Deutschland über Jahrhunderte selbstverständlich, dass sie Fleisch am Knochen an der Luft trocknen und reifen ließen. Vermutlich im Laufe der 1950er-Jahre geriet das Verfahren zusehends in Vergessenheit, da immer mehr Menschen sich nach den Kriegswirren wieder Fleisch leisten konnten und wollten und die Produktion entsprechend erhöht wurde. Für das mehrere Wochen und einigen Platz in Anspruch nehmende Trocknungsbeziehungsweise Reifeverfahren war da immer weniger Zeit, weil schneller größere Mengen zur Verfügung stehen sollten.

> *„Ohne das Salz haben viele immer wieder Probleme mit Schimmelbildung und anderem.“*

Dabei bietet die langsame Fleischtrocknung an der Luft eine Menge Vorteile: Denn das Fleisch verliert eine Menge Wasser und somit etwa ein Fünftel seines Gewichts. Das jedoch kommt den geschmacklichen Eigenschaften des Stückes zugute: der Geschmack wird erheblich intensiver. Da der Rand des Fleisches am Ende des Verfahrens vertrocknet ist, wird er entfernt – was weitere 30 Prozent Gewichtsverlust bedeutet.

Ein fertiges Stück „Dry Aged Beef“ hat also nur noch rund die Hälfte seiner ursprünglichen Masse – die praktisch den gesamten Geschmack enthält. Hinzu kommt: Die Lufttrocknung, die man ebenso als „kontrollierte Verwesung“ bezeichnen könnte, verändert die Struktur der Eiweiß-Moleküle im Fleisch! Denn Enzyme zersetzen diese, was das „Dry Aged Beef“ unvergleichlich zart macht.

60 Prozent beträgt die Luftfeuchtigkeit in Schmidts neuer Salz-Reifekammer. Die Temperatur wird ebenso reguliert und liegt bei 0,5 bis ein Grad Celsius. Das seien, erläutert Metzger Dirk Schmidt, ideale Bedingungen, damit sich das Fleisch in einer Zeit zwischen fünf und acht Wochen optimal entwickelt.

Und dann ist da noch die bunte Wand hinter dem Fleisch: Sie besteht aus Salz-Steinen und ist eine Besonderheit! Denn es versuchen sich einige Metzger in ganz Deutschland am „Dry Aged Beef“, selbst in manchem großen Lebensmittelmarkt gibt es entsprechende Reiferäume. Jedoch sind diese zuweilen normale Kühlhäuser, in denen das Himalaya-Salz, aus dem die Steine in der Wand in Daaden bestehen, fehlt.

„Ohne das Salz haben viele immer wieder Probleme mit Schimmelbildung und anderem“, erläutert Lotte Heck. Sie ist die Geschäftsführerin der Firma „KönigsSalz“, die von Speisesalzen, über Leckersteine für Tiere, bis hin zu Salzlampen eine Menge mit dem „weißen Gold“ anfängt und entsprechend viel darüber weiß. Von „KönigsSalz“ im bayerischen Weigendorf stammen ebenso die Salzsteine, die für die Rückwand der Reifekammer von Dirk Schmidt in Daaden

> *„Das sogenannte ‚Himalaya-Salz‘ kommt nicht aus dem Himalaya - sondern aus dem Norden Pakistans!“*

verbaut wurden. Und Heck räumt gleich mit einem Missverständnis auf: „Das sogenannte ‚Himalaya-Salz‘ kommt nicht aus dem Himalaya, anders als man es oft hört – sondern aus dem Norden Pakistans!“ Verwendet werde es vor allen Dingen auch darum, weil es neben seinen positiven Eigenschaften „eine sehr schöne Farbe“ habe, schildert die Salzexpertin.

„Im Grunde ist es fast egal, aus welchem Berg so ein Salz für eine Reifekammer stammt, das könnten wir an sich auch aus unseren Alpen nehmen – wichtig ist allein, dass es naturbelassen ist“, führt Lotte Heck weiter aus. „Denn das normale Speisesalz, das Sie im Supermarkt kaufen, hat in der Regel eine ‚Rieselhilfe‘ zugesetzt bekommen. Das bedeutet jedoch, das praktisch jedes einzelne Salzkorn mit Aluminiumhydroxid ummantelt ist!“ Bei jenem Salz, das in Pakistan abgebaut werde, sei das anderes: „Dabei handelt es sich praktisch um das versteinerte Ur-Meer. Wir benutzen das Salz, wie es vor 350 Millionen Jahre entstanden ist.“ Daneben sei es eine Besonderheit der Steine von „KönigsSalz“, dass nicht etwa Salzkörner zu Fliesen oder Steinen gepresst würden. Vielmehr schlage man diese als „gewachsene Salz-Steine“ in einem Stück aus dem Berg heraus.

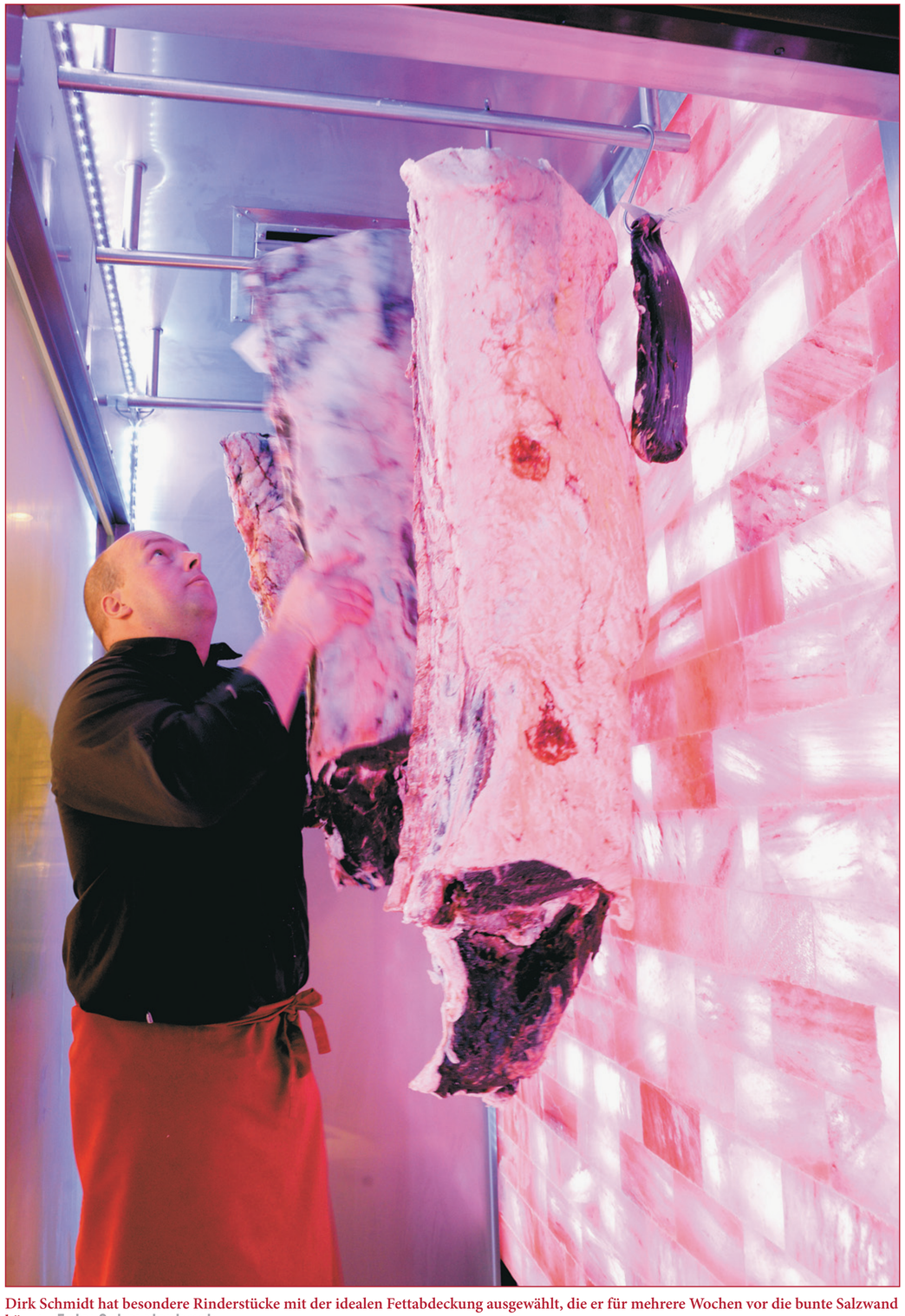
Aber wozu der Aufwand, die Salz-Steine im fernen Pakistan mühsam abzubauen, in den Westerwald zu bringen und in Daaden daraus eine Salz-Reifekammer zu errichten? (Der einzigen für die Kundschaft offen zugänglichen im Kreis Altenkirchen übrigens. Alle anderen Produzenten von „Dry Aged Beef“ haben es in ihren normalen Kühlhäusern hängen, wie die „Filetstück“-Recherche ergab.) Lotte Heck antwortet entschieden: „Das Salz schafft ein optimales Klima in der Reifekammer – zusätzlich zur passenden Temperatur oder Luftfeuchte.“ Das Salz sei für die Reifung des „Dry Aged Beefs“ wie ein „I-Tüpfelchen obendrauf“, betont Heck.

> *„Naturbelassenes Salz ist Leben, der Mensch braucht es.“*

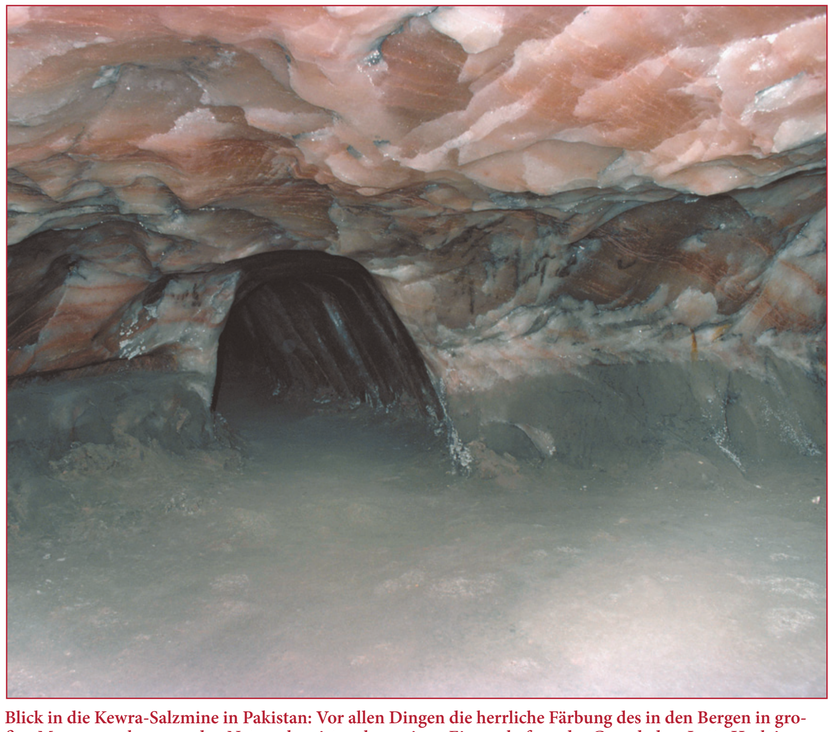
Man merkt, wie fasziniert die Expertin von den Möglichkeiten des Salzes ist. Ein Stoff immerhin, um den einst Kriege geführt wurden, da er wertvoller als Gold gewesen ist. „Die Menschen meinen alle, Salz sei ungesund“, ergänzt die „KönigsSalz“-Chefin. „Das stimmt auch – soweit es das Salz aus dem Supermarkt ist! Aber naturbelassenes Salz ist Leben, der Mensch braucht für Zellfunktionen und anderes mehr Salz – ohne Salz kein Leben!“

Nunmehr könnte man anfügen: Und ohne Salz kein „Dry Aged Beef“ in Daaden! Denn für Dirk Schmidt war von Anfang an klar, dass sein Fleisch nicht nur bei geregelten klimatischen Bedingungen reifen sollte, sondern ebenso in „salziger“ Luft. Doch Temperatur, Feuchte und Salz reichten noch immer nicht für ein perfektes Steak aus der Reifekammer aus, schüttelt der Metzgermeister den Kopf: Entscheidend sei mindestens ebenso die Auswahl geeigneter Fleischstücke. „Es kommt zusätzlich auf die Fettabdeckung an! Die ist wesentlich, damit das Fett außen auf dem Fleisch das Stück frisch hält.“

Die bisherigen Reaktionen der Kunden auf das besondere Angebot, das außergewöhnlich hochwertige Fleisch aus der Salz-Reifekammer, seien sehr gut, berichtet Schmidt. Bald will er mit weiteren Stücken Versuche starten: So möchte er demnächst ebenso einmal einen Rücken eines Bunten Bentheimer Schweines in der Klammer reifen lassen, „oder eine ganze Rindskeule für drei Wochen reinhängen“.



Dirk Schmidt hat besondere Rinderstücke mit der idealen Fettabdeckung ausgewählt, die er für mehrere Wochen vor die bunte Salzwand hängt. Foto: Schmalenbach



Blick in die Kewra-Salzmine in Pakistan: Vor allen Dingen die herrliche Färbung des in den Bergen in großen Mengen vorkommenden Natursalzes ist, neben seinen Eigenschaften, der Grund, dass Lotte Heck in dem asiatischen Land das Material für die Salzsteine von „KönigsSalz“ abbauen lässt. Foto: dpa

Das in vielen schönen Farben beleuchtete Glas der Salz-Reifekammer hinter den Verkäuferinnen der Daadener Traditionsmetzgerei Schmidt ist vielen Kunden bereits aufgefallen. Sie können bei jedem Einkauf mitverfolgen, wie das außergewöhnliche Fleisch sich über viele Wochen bis zur optimalen Reife entwickelt.

Die Zeitung der Daadener Traditionsmetzgerei Schmidt

Filetstück

Völlig falsches Bild vom Beruf in der Metzgerei

Auszubildende müssen heute auch Werbung und Umweltschutz drauf haben

Eines hat die Metzgerei Schmidt beispielsweise mit dem Grenzauer Hotel „Zugbrücke“, der Sparkasse Westerwald-Sieg oder auch dem „Pflegedienst Bauernfeind“ gemein: Das Daadener Traditionsunternehmen bemüht sich seit Jahrzehnten um ein solide Ausbildung junger Menschen und bietet entsprechende Stellen an. Wie besagte andere, war die Metzgerei Schmidt darum auch auf der „Ausbildungs- und berufsorientierungsmesse“ in Altenkirchen Ende des Monats September vertreten.

Die „ABOM“ abgekürzte Veranstaltung fand bereits zum siebten Mal statt. Federführend von der IHK-Regionalgeschäftsstelle Altenkirchen in Zusammenarbeit mit der Handwerkskammer Koblenz, dem Arbeitskreis SCHULE-WIRTSCHAFT, den Wirtschaftsjunioren Sieg-Westerwald und der Agentur für Arbeit organisiert, hatte der Landrat des Kreises Altenkirchen, Michael Lieber, die Schirmherrschaft übernommen.

Doch was ist für Metzgermeister Dirk Schmidt der Grund, ebenso einen Stand in der Kreishauptstadt aufzubauen wie es dort Ausbildungsplatzanbieter von Bundeswehr bis „Utsch Logistik“ getan haben? „So wie es schon bei meinem Vater und Großvater die Regel gewesen ist, so versuche auch ich, jungen Menschen Wege in einen attraktiven Beruf aufzuzeigen und ihnen dafür eine qualifizierte Ausbildung angedeihen zu lassen.“ Es sei, davon zeigt sich Schmidt überzeugt, wichtig, jungen Menschen das Gefühl zu geben, dass sie im Wirtschaftsleben gebraucht werden.

Im Fall einer Metzgerei wie dem Daadener Traditionsunternehmen sind es vor allen Dingen zwei Berufsbilder, die erlernt werden können – und die oft wohl beide von außen unterschätzt werden. Denn sowohl für die Tätigkeit des Fleischers wie der Fleischereifachverkäuferin sind heute einige zusätzliche Qualifikationen und damit eine Menge „Büffeln“ gefragt!

„Die Ausbildungsordnungen der beiden Berufe wurden in den vergangenen Jahren grundlegend überarbeitet. Junge Auszubildende im Fleischerhandwerk haben seit dem Inkrafttreten der neuen Ausbildungsordnung im August 2005 mehr Möglichkeiten, ihre Lerninhalte auf den späteren Berufsalltag zuzuschneiden“, klärt der Deutsche Fleischer-Verband (DFV) auf. „Wahlpflichtbausteine sollen eine zielgerichtetere Ausbildung ermöglichen, die sich an den Tätigkeitsschwerpunkten des Betriebes orientiert, ohne die Kernkompetenzen des Fleischerhandwerks zu verwässern. Zusätzlich sind Lehrinhalte hinzugekommen, die sich an den veränderten Angeboten und Dienstleistungen eines modernen Fleischer-Fachgeschäfts orientieren.“

Neben den traditionellen Kernkompetenzen des Fleischers müssten angehende Metzger deswegen heute etwa Details des Berufsbildungs-, Arbeits- und Tarifrechts erlernen, sich der Sicherheit und dem Gesundheitsschutz bei der Arbeit oder dem Umweltschutz widmen sowie das Umsetzen von lebensmittelrechtlichen Vorschriften beherrschen, um nur einige Aspekte zu nennen.

„Zusätzlich stehen dem Auszubildenden sechs Wahlqualifikationsbausteine zur Auswahl, aus denen er zwei belegen muss“, so der DFV weiter. „Dies ermöglicht noch mehr Praxisbezug und eine noch zielgerichtetere Ausbildung als bisher.“ Darunter seien Stichwörter wie Veranstaltungsservice oder Kundenberatung und Verkauf. Denn auch der Fleischer selbst ist inzwischen „an vorderster Front“ gefragt und nicht allein in der Produktion.

Man sieht schon: Der Beruf ist heutzutage tatsächlich erheblich komplexer geworden und fordert auch den Geist. Das ist bei Auszubildenden zum/zur Fleischer-Fachverkäufer/in nicht anders. Sie müssen während ihrer dreijährigen Lehre neben dem Präsentieren und Dekorieren der Ware oder dem Verpacken ebenso erheblich mehr leisten. Es gehört gleichermaßen das Ausführen von Hygienemaßnahmen, Anwenden lebensmittel- und gewerberechtlicher Vorschriften dazu wie die Punkte „Werbung und Verkaufsförderung“, die sich ebenso in der entsprechenden Ausbildungsverordnung finden, wie der DFV betont. Dass neben dem „klassischen“ Bedienen der Kunden deren Beratung immer wichtiger wird, versteht sich da schon fast von selbst.

All diese Bereiche werden auch Selin Hey und Alicia Benner kennenlernen. Die beiden jungen Frauen haben ihre duale Ausbildung in der Metzgerei Schmidt zum 1. August dieses Jahres begonnen. Selin Hey wird am Ende der Lehrzeit Fleischerin sein, Alicia Benner strebt das Berufsziel Fachverkäuferin an.

Da beide schon jetzt voll in Produktion und Verkauf des Daadener Fachgeschäftes eingebunden sind, werden Sie die Richtigkeit der Aussage ihres Chefs wohl bald selber einschätzen können: „Viele haben ein völlig falsches Bild von den Berufen in unserem Bereich! Heute ist wirklich eine hohe Qualifikation gefragt“, erklärt Dirk Schmidt.

Die Altenkirchener Ausbildungsmesse wurde umfänglich beworben.

Alicia Benner – hier würzt sie Fleisch –ist auf dem Weg zur Fachverkäuferin.

Selin Hey, die gerade Patties für Hamburger formt, wird Fleischerin.

Feinkostqualität und individuelle Beratung

Der „Bioladen Westerburg“ verkauft Fleisch aus der Metzgerei Schmidt

„Wir führen unseren Laden so, wie wir selbst gern einkaufen“, sagen Cornelia Illius und Bernd Illig. Für die beiden Betreiber des „Bioladens Westerburg“ ist dieser, das merkt man schnell, ein zweites Zuhause. Und tatsächlich wird der Besucher beim Betreten des ausgesprochen freundlich und hell gestalteten Marktes direkt von einer angenehm heimeligen Atmosphäre empfangen. Kunden sind hier mit den Geschäftsführern per Du, tauschen sich über neue Ökoprodukte und -rezepte aus – und finden Biofleisch aus der Metzgerei Schmidt in der Kühltruhe.

VON MICHAELA SOMMER

Bernd Illig ist stolz auf sein reich bestücktes Gemüseregal. Fotos: Sommer

Im Jahr 2011 hat sich das Paar den Traum vom eigenen Bioladen erfüllt. Cornelia Illius, von allen nur Conny genannt, hatte zuvor schon als Angestellte Erfahrung im Verkauf von Bioprodukten gesammelt. Zudem bot sie Ziegenkäse aus ihrer eigenen Herde auf Ökomärkten feil. „Aber eigentlich sind wir beide totale Quereinsteiger“, lacht Illius. Sowohl sie wie ihr Partner waren einst als Fotografen tätig. Er lichtete Pferde im Münsterland ab, sie hatte sich auf Theateraufführungen spezialisiert. Die Naturverbundenheit, das Interesse an Bioprodukten sei jedoch schon immer vorhanden gewesen.

Cornelia Illius (rechts) ist es besonders wichtig, an der Kasse keine Hektik aufkommen zu lassen.

Auf 200 Quadratmetern und mit sechs Mitarbeitern bieten Illius und Illig seitdem alles an, was das Bioherz höher schlagen lässt: Von frischem Obst und Gemüse, über Babynahrung und Sojaprodukte bis hin zu Kosmetik und Wein reicht das Sortiment. „Nachhaltigkeit ist uns unheimlich wichtig. Unsere Leitlinie ist, das unsere Ware immer besser sein muss als der EG-Öko-Standard“, erklärt Bernd Illig und nennt als Beispiel die Siegel „Naturland“ und „demeter“, die für noch strengere Bio-Richtlinien stehen als die auch im normalen Supermarkt oder Discounter oft zu findende EG-Öko-Norm.

Darüber hinaus achten die Kaufleute darauf, möglichst viele regionale Erzeugnisse im Sortiment zu haben – wenngleich in der Umgebung „sehr wenig bio produziert wird“, wie Cornelia Illius anmerkt; was wohl vorwiegend am Boden und dem Klima läge. Doch wer (lang genug) suchet, der findet, und so beziehen die Westerburger etwa Fetakäse vom Hof Farrenau in Mudenbach, die Eier stammen vom Flurhof in Bad Marienberg, und der edle Rebensaft kommt vom Weingut Sturm aus Leutesdorf. „Dessen Besitzer war vor seiner Winzerlehre Wissenschaftsjournalist, ist also Quereinsteiger wie wir“, berichtet Cornelia Illius. Besonders freut sich das Inhaberpaar auf den „ersten biozertifizierten Honig aus dem Westerwald“, der ab 2016 das Sortiment bereichern wird.

Dass es kein leichtes Unterfangen ist, Bioproduzenten aus der Region zu gewinnen, habe sich auch beim Fleisch gezeigt: „Wir haben den kompletten Westerwald ‚auf links gedreht‘ bei der Suche nach geeigneten Lieferanten“, so Bernd Illig. Bis im vergangenen Herbst „ein mir fremder Mann“, wie Cornelia Illius sich erinnert, mit seiner kleinen Tochter in ihren Laden kam und sich ausgiebig umschaute. Erst zum Schluss habe er sich zu erkennen gegeben: Bei dem „fremden Mann“ handelte es sich um Metzgermeister Dirk Schmidt, der von dem „Bioladen Westerburg“ augenscheinlich angetan war und die Belieferung mit Rind- und Schweinefleisch in Bioqualität anbot.

Seit Oktober 2014 wird die Kühltruhe des Bioladens mit hochwertigem Fleisch aus Daaden gefüllt. Die Tiere, die dort geschlachtet wurden, hatten ein unbeschwertes Leben mit gesundem Futter, viel Bewegung und frischer Luft und ohne lange Transportwege: Ob nun die Rinder vom „Biohof Hachenburg“ der Familie Mies oder die Schweine vom Hof Rülfing in Rhede (das „Filetstück“ berichtete), „man schmeckt einfach den Unterschied“, betont Cornelia Illius. Sie und ihr Partner möchten wissen, wo das Fleisch herkommt, das sie verkaufen und selbst essen. Und ihre Kunden sollen ergänzend die Möglichkeit haben, hinter die Kulissen zu blicken. So habe es bereits einen „Tag der offenen Tür“ auf besagtem „Biohof Hachenburg“ gegeben – speziell für Kunden des „Bioladens Westerburg“.

Von der Zusammenarbeit mit Metzger Dirk Schmidt schwärmen Illius und Illig in den höchsten Tönen: „Das ist eine sehr kreative Partnerschaft. Der Dirk ist flexibel, zuverlässig, neugierig – wir können uns keinen besseren Metzger vorstellen“, meint Cornelia Illius. Vor der Kooperation mit der Traditionsmetzgerei aus Daaden habe man bereits Fleisch von einem anderen Biolieferanten aus der Umgebung probiert; „da hat uns aber die Qualität nicht überzeugt.“ Was Illius unter „kreative Partnerschaft“ versteht, macht sie am Beispiel des „Bio-HachenBurgers“ deutlich: Gemeinsam mit Dirk Schmidt und Iris Mies vom „Biohof Hachenburg“ kreierten Illius und Illig einen ausgefallenen Burger, dessen wichtigste Zutat das Fleisch der in Hachenburg artgerecht aufgezogenen Rinder ist. Den besonderen Kick verleihen Zwiebelsprossen, ein Klecks Blauschimmelkäse und eine frische Joghurt-Minz-Sauce. „Der Burger ist bei unseren Kunden eingeschlagen wie eine Bombe“, freut sich Illius. Immer wieder veröffentlichen sie und Bernd Illig Rezeptideen auf ihrer Homepage, wo außerdem laufend aktuelle Angebote und Aktionen gelistet sind.

> „Man schmeckt einfach den Unterschied.“

Doch ist es nicht allein das hochwertige Sortiment, das den „Bioladen Westerburg“ zum Anziehungspunkt macht. Mit ihrem Geschäft erfüllen „Conny und Bernd“ in Westerburg zudem eine soziale Funktion. So sei der Laden etwa ein beliebter Treffpunkt für junge Mütter, wie Bernd Illig erzählt: „Wir verstehen uns als Nahversorger in der Innenstadt.“ Die soziale Komponente, das Miteinander ist Cornelia Illius gleichermaßen wichtig. „Bei uns herrscht kein Stress an der Kasse, man darf sich Zeit lassen. Und älteren Kunden tragen wir die Taschen selbstverständlich gern ins Auto.“

Der Servicegedanke setzt sich in der Beratung fort, auf die die beiden Ladenbesitzer großen Wert legen. Ob hinter der Käsetheke, vor dem Gewürzregal oder in der Gemüseabteilung: immer steht jemand Rede und Antwort, liefert Information zur Herkunft und Zubereitung oder nimmt Vorschläge und Wünsche entgegen. „Wenn ein Geschäft inhabergeführt ist, muss man das auch merken!“, findet Bernd Illig. Deshalb ist stets mindestens einer der zwei Chefs anwesend – vormittags meist Illig, der dann nachmittags von seiner Partnerin abgelöst wird. „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass von hundert Kunden nur etwa fünf beim Einkauf nicht angesprochen werden möchten – alle anderen freuen sich über die Beratung, die ja auch Vertrauen schafft“, betont er.

Auf dem Bio-Gewürztisch ist „Alles im Grünen“.

Was die beiden Marktleiter besonders schätzen: Die individuelle Betreuung ihrer Kunden ist auch an der mit dem Metzgerei-Schmidt-Logo versehenen Fleischtruhe möglich. „Wenn ein Kunde mal je drei Schnitzel in Dreierpacks haben möchte, oder sieben Koteletts in einem Beutel, dann geben wir das an Dirk weiter und der liefert es genau so“, freut sich Conny Illius.

Und obwohl das Biofleisch selbstredend nicht zu den Dumpingpreisen der Discounter zu haben ist, steigen die bei der Metzgerei Schmidt bestellten Mengen monatlich. Die Käufer – viele von ihnen sind Stammkunden – seien bewusste Genießer: „Der Schritt hin zur Feinkostqualität war absolut richtig!“, resümiert Cornelia Illius.

Nachhaltigkeit bedeutet für das Unternehmerpaar im Übrigen auch, so wenig wie möglich noch essbarer Lebensmittel im Müll landen zu lassen. So gibt es Artikel mit abgelaufenem Mindesthaltbarkeitsdatum in einer Sonderecke zu günstigen Preisen zu kaufen. Und nicht zuletzt der Nachhaltigkeit zuliebe bedienen sich Illius und Illig für ihren privaten Bedarf bevorzugt im eigenen Gemüseregal, denn: „Hier im Laden liegt ja immer irgendwo eine Paprika mit Falten rum!“

Anonymität im Kühlregal

Verbraucherzentrale: Die Herkunft von Wurstbestandteilen ist vielfach unklar

Konsumenten wissen oft nicht, woher das Fleisch für die Wurst im Supermarktregal stammt. Zu diesem Ergebnis kommt dieVerbraucherzentrale Niedersachsen. Sie hat die „Herkunftskennzeichnung von Fleisch in vorverpackten Fleisch- und Wurstprodukten“ getestet: Nicht einmal fünf Prozent enthalten freiwillige Angaben, woher die Rohstoffe stammten. Und bei 70 Prozent der Produkte, deren Hersteller Informationen preisgaben, gelangt das Fleisch aus zwei oder mehr Ländern in die heimischen Kühltheken. Kunden der Metzgerei Schmidt hingegen erfahren genau, woher die Wurst kommt, die sie in Daaden kaufen.

Eine Konsumentenbefragung aus dem letzten Jahr ergab laut der niedersächsischen Verbraucherzentrale, dass wertgebende und insbesondere tierische Zutaten bei der Herkunftskennzeichnung im Verbraucherfokus stünden. Beispielsweise interessierte bei einer Salami-Pizza 76,8 Prozent der Befragten die Herkunft der Salami als wichtigster Zutat, obwohl diese nur neun Prozent Gewicht des Produktes ausmacht.

Der Gesetzgeber hat auf diesen Wissensbedarf offensichtlich reagiert: Seit dem 1. April dieses Jahres gilt die neue Regelung der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV), die besagt, dass für unverarbeitetes Schweine-, Geflügel-, Schaf- und Ziegenfleisch die Herkunft angegeben werden muss. Verpflichtend ist die Angabe des Landes der Mast und der Schlachtung der Tiere. Für verarbeitetes Fleisch wie in Wurst hingegen, dem Zutaten wie Gewürze oder Marinade zugesetzt wurden, gilt das interessanterweise nicht.

Wo und wie die Tiere aufwachsen, interessiert immer mehr Fleischkonsumenten.

Der jüngst veröffentlichte Marktcheck der Verbraucherzentrale Niedersachsen (VBZ) zielt darauf ab, die Herkunft der Rohstoffe in verarbeiteten Fleisch- und Wurstprodukten zu erfragen und dokumentieren. Zunächst stand bei der Erhebung die Frage im Vordergrund, welche und wie viele Hersteller bereits freiwillige Angaben machen. Anneke von Reeken, Referentin für Ernährung und Lebensmittel der VBZ Niedersachsen, fand heraus: „Bei drei von 62 Produkten war eine freiwillige Angabe zur Herkunft des verwendeten Fleisches vorhanden.“ Dabei sei eine der Angaben auf den „Aldi natura Rostbrat Würstchen“ im Rahmen der gesetzlich geforderten Herkunftskennzeichnung für Bio-Produkte auf der Rückseite deklariert („Deutsche Landwirtschaft“). Bei der Salami von „Du Darfst“ fand sich auf der Schauseite die Angabe „aufgewachsen auf deutschen Höfen“. Das Produkt „Delikatess Koch-Hinterschinken“ von „Sölde“ (Aldi Nord) ist auf der Vorderseite mit dem Hinweis auf den „Aldi Transparenz Code“ versehen. Auf der Rückseite findet sich ein QR-Code sowie eine Tracking-Nummer, mit Hilfe derer auf einer speziell dafür eingerichteten Homepage die Herkunft des verwendeten Fleisches eingesehen werden kann. Angezeigt werden auf dieser Website dann der Ort der Mast, Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung des Fleisches.

Prinzipiell ist die Bestrebung des letztgenannten Discountmarkts, Transparenz für seine Kunden zu schaffen, ja durchaus lobenswert. Doch wirklich „barrierefrei“ ist sie nicht: Wer keinen QR-Scanner auf seinem Smartphone installiert hat, muss auf den umständlichen Weg zurückgreifen, besagte Tracking-Nummer auf einer Internetseite einzugeben. Und wer gar keinen Internetanschluss besitzt oder mit der Technik einfach nicht so vertraut ist – für den gibt es eben keine Information zur Aufzucht, Schlachtung und Verarbeitung. Bei Metzgermeister Dirk Schmidt in Daaden genügt da eine kurze Nachfrage an der Theke – oder auch die regelmäßige Lektüre des „Filetstücks“, das etwa die Lieferanten detailliert vorstellt.

> *„Verbraucher wissen nicht, woher das Fleisch stammt.“*

Weiterhin interessierte die VBZ-Mitarbeiter beim Marktcheck, ob die Hersteller den Ursprung des Fleisches überhaupt selbst zurückverfolgen können. Und: Geben sie die Bezugsquellen auf Nachfrage an? „Von 33 angeschriebenen Herstellern“, heißt es in der Zusammenfassung der VBZ, „gaben 13 gar keine oder nur unzureichende Auskünfte über die Herkunft des verwendeten Fleisches. Die Gründe der Hersteller, die keine Angaben machten, waren unterschiedlich.“ So hätten EDEKA, Kaufland, und Bauerngut erklärt, dass die Angaben aufgrund der Komplexität der Prozesse nicht ohne weiteres darstellbar seien.

Die „Brennecke Harzer Wurstwaren GmbH“ nannte als recht konstruiert anmutenden Grund, „eine nationale Differenzierung europäischer Rohstoffe“ sei eine „Diskriminierung von Fleisch aus anderen EU-Mitgliedsländern“. Die „real,- Handels GmbH“ gibt zumindest exemplarisch zu drei von fünf angefragten Produkten Angaben zur Herkunft, trotz des „erheblichen Rechercheaufwandes, der nicht im Verhältnis zum gemessenen Verbraucherinteresse“ stehe. Bis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung hätten sechs Hersteller gar nicht erst reagiert.

Auf den Verpackungen industriell gefertigter Würste fehlen oft freiwillige Herkunftsangaben.

Schließlich bleibt noch die Frage, wie groß der Anteil von Produkten in der Stichprobe mit jeweils Fleisch aus Deutschland, der EU und Nicht-EU-Staaten ist. Auch hier ziehen die Marktcheck-Verantwortlichen ein recht ernüchterndes Fazit: Für nur sieben der 62 Produkte konnten sämtliche Schritte (Orte der Geburt, der Mast und der Schlachtung) einem einzigen Land zugeordnet werden. Davon wurde eines in Italien („real,- selection Finest Italian Salame“) und sechs in Deutschland produziert.

Bei 70 Prozent der Produkte, für die Herkunftsangaben gemacht wurden, stammte das verwendete Fleisch hingegen aus zwei oder mehr Ländern. Bei neun Erzeugnissen komme das enthaltene Fleisch gar aus vier oder mehr verschiedenen Ländern. Als besonders augenfälliges Beispiel nennt die VBZ die Salami „1 A“ der Lidl-Marke „Dulano“. Die Tiere, aus denen jene Wurst hergestellt wurde, stammten aus acht verschiedenen Ländern! Das Produkt sei laut Hersteller nicht mehr gelistet, es existiere ein Nachfolgeprodukt. Dazu wurden von der VBZ allerdings keine Angaben zur Herkunft des Fleisches erfragt.

In Deutschland werden im Jahr durchschnittlich 60,4 Kilogramm Fleisch pro Kopf verzehrt. Davon sind 29,6 Kilo verarbeitete Erzeugnisse und machen damit knapp die Hälfte des gesamten Verzehrs in Deutschland aus, wie aus einer Erhebung des Bundesverbandes der Fleischwarenindustrie hervorgeht. „Verbraucherinnen und Verbraucher wissen von diesem Teil nicht, woher das verwendete Fleisch stammt“, resümieren die Autoren des VBZ-Marktchecks und nennen als bereits erwähnte Ausnahme die freiwilligen Angaben der Hersteller sowie „Erzeugnisse vom ‚Bauern nebenan‘“.

Die Information, ob ein Fleisch- oder Wurstprodukt aus einem oder bis zu acht Ländern stammt, könne für die Kaufentscheidung durchaus relevant sein, heißt es im Fazit des Marktchecks: „Ohne eine Kennzeichnung bleibt die Pluralität der Herkunft der Zutaten in einem Produkt für Verbraucherinnen und Verbraucher unsichtbar.“ Ebenso macht die VBZ auf die Kriterien Sicherheit und Gesundheit aufmerksam: „In ‚Krisenfällen‘, wie beispielsweise dem Verdacht auf Milzbrand-Erreger in Rindfleisch, zeigten sich die langen Transportwege als ein wichtiger Faktor, der die Herkunft des Fleisches intransparent macht. Eine bewusste Kaufentscheidung bezüglich Kriterien der Regionalität oder Herkunft ist ohne entsprechende Kennzeichnung nicht möglich.“

Diese Sorgen müssen die Kunden der Metzgerei Schmidt nicht teilen. Nicht nur stammen das Fleisch und die Wurstwaren, die im Daadener Fachgeschäft feilgeboten werden, samt und sonders nachweisbar aus Deutschland; sie haben nicht einmal innerhalb der Bundesgrenzen einen langen Transportweg, kommen größtenteils aus der unmittelbaren Umgebung, aus Altenkirchen oder Hachenburg, oder aus dem münsterländischen Rhede. Anders als bei industriellen Großkonzernen bleibt die komplette Produktionskette von der Aufzucht über die Schlachtung bis zur Verarbeitung im Handwerksbetrieb Dirk Schmidts übersichtlich und transparent.

Salami

verbraucherzentrale Niedersachsen

Nr.	Marke/Produktname Abbildung der Verpackung Anbieter Preis/Gewicht	Bezeichnung Identitätskennzeichen Hersteller* Herkunftsangaben	Schriftliche Antwort des Anbieters	Anmerkungen der Verbraucherzentrale
18	**Dulano (Lidl)** Salami 1A H. Redlefsen GmbH & Co. KG 24984 Satrup 1,09 € / 200 g	**Bezeichnung:** Salami 1A geräuchert Spitzenqualität **Fleisch:** Schweinefleisch **Identitätskennzeichen:** DE EV 1 EG **Letzter Verarbeitungsschritt:** H. Redlefsen GmbH & Co. KG Satrup **Schleswig-Holstein** **Angaben zur Herkunft:** Keine	**Geburtsort der Tiere:** **Deutschland, Dänemark, Niederlande, Belgien, Spanien, Frankreich, Polen, England** **Ort der Mast:** **Deutschland, Dänemark, Niederlande, Belgien, Spanien, Frankreich, Polen, England** **Ort der Schlachtung:** **Deutschland, Dänemark, Niederlande, Belgien, Spanien, Frankreich, Polen, England** Durch Verwendung von Sauenfleisch Ausdehnung der Herkunft der Rohstoffe auf weite Teile der EU Anteil Schweinefleisch aus Deutschland bei über 90 %	**Wurst kommt aus:** Keine eindeutige Zuordnung zu **einem** Herkunftsland möglich - Fleisch kommt aus mehreren Ländern **Produkt ist nicht mehr im Sortiment**

© Verbraucherzentrale Niedersachsen e. V., April 2015 18

Aus acht verschiedenen Ländern stammten die Rohstoffe für diese Salami, die mittlerweile nicht mehr produziert wird, wie diese Übersicht der VBZ zeigt.